

Abschied vom Glauben an die Allmacht der Rationalität? oder: Der Unternehmensberater als Charismatiker: lässt sich die hermeneutische Wissenssoziologie für die Interpretation einer Homepage nutzen?

Reichertz, Jo; Marth, Nadine

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Reichertz, J., & Marth, N. (2004). Abschied vom Glauben an die Allmacht der Rationalität? oder: Der Unternehmensberater als Charismatiker: lässt sich die hermeneutische Wissenssoziologie für die Interpretation einer Homepage nutzen? *Zeitschrift für qualitative Bildungs-, Beratungs- und Sozialforschung*, 5(1), 7-27. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-270054>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more Information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Jo Reichertz, Nadine Marth

Abschied vom Glauben an die Allmacht der Rationalität? oder: Der Unternehmensberater als Charismatiker

Lässt sich die hermeneutische Wissenssoziologie für die Interpretation einer Homepage nutzen?

The End of Faith in the Omnipotence of Rationality?
Or: The Charismatic Management Consultant

Can hermeneutic sociology of knowledge be applied to the interpretation of websites?

Zusammenfassung

Auf der Suche nach einer Methode und Methodologie zur Interpretation von Homepages schlägt dieser Artikel einen Ansatz in der Tradition einer hermeneutisch vorgehenden Wissenssoziologie vor, um die komplexe Bedeutungsstruktur einer Homepage zu erfassen. Da Homepages als eine neue Datensorte aufgefasst werden, kann eine bloße Übertragung von Verfahren der Text- und Bildinterpretation nicht als Lösung angesehen werden. Der erste Teil des Aufsatzes beschäftigt sich mit der methodologischen Reflexion der Interpretation von Homepages und der Frage nach Situations- und Handlungstypisierungen. Im zweiten Teil werden dann die allerersten Schritte einer solchen Homepageinterpretation am Beispiel der Online-Präsentation eines österreichischen Beratungsunternehmens und insbesondere des dort verwendeten Fotos auf der ersten Seite der Homepage vorgestellt. Abschließend wird von dieser Interpretation ausgehend diskutiert, wie solche Unternehmen ihr berufliches Tun legitimieren.

Abstract

In search of a method and a methodology for the interpretation of websites, this article suggests an approach based upon the tradition of hermeneutic sociology of knowledge to grasp the complex meaning structure of websites. Since websites comprise a new kind of data, a mere transfer of the methods traditionally used to interpret texts and images cannot be considered a solution. The first part of the essay deals with the methodological reflection on the interpretation of websites and the question of framing situations and actions. The second section demonstrates the very first steps of this type of interpretation illustrated by an Austrian management consultancy's online presentation and, in particular, the picture used on the homepage of their website. In conclusion, the paper discusses how such companies legitimate their professional work.

Im Folgenden wollen wir versuchen, einen Teil der Frontseite der Homepage einer österreichischen Firma für Unternehmensberatung mit dem Verfahren der hermeneutischen Wissenssoziologie zu interpretieren. Dies kann und will nur ein erster und (in seiner Reichweite) sehr begrenzter Versuch sein, dem weitere folgen müssen.

Die Rekonstruktion der Bedeutung einer so komplexen Sinnstruktur, wie sie einer Homepage zu Eigen ist, stellt die Sozialforschung vor eine Reihe neuer Probleme. Denn ohne Zweifel kann die Auslegung einer Homepage sich nicht darin erschöpfen, mehr oder weniger erprobte und bewährte Verfahren der Text- und Bildinterpretation und deren Methodologie auf die neue Datensorte (und Homepages sind eine neue Datensorte) bruchlos anzuwenden. Zu unklar ist nämlich, mit welcher Art von Daten man es überhaupt zu tun hat, wo ihre Ränder sind, wer als Autor in Frage kommt, ob es in der Nutzergemeinschaft feste und einheitliche ‚Regeln‘ des Gebrauchs gibt und was mit ‚Sinn‘ oder ‚Bedeutung‘ solcher Artefakte überhaupt adressiert ist. Diese Fragen stellten sich vor einigen Jahrzehnten auch bei der Interpretation von Texten (und etwas später auch für die Deutung von audiovisuellen Daten). Mittlerweile sind innerhalb der wichtigsten Verfahren qualitativer Sozialforschung für die Interpretation von *Texten* (und in einigen Fällen auch für die Deutung von Bildern¹) methodologisch fundierte und (mal mehr, mal weniger überzeugende) Antworten erarbeitet worden. Auf diese Antworten können sich heute alle Anwender der jeweiligen Methoden bei jeder weiteren Interpretation stützen, ohne sie jeweils zu problematisieren, kritisch zu hinterfragen, so dass oft auch die Probleme nicht mehr ins Bewusstsein kommen.

Eine solche ‚komfortable‘ Situation findet der Interpret von Homepages allerdings nicht vor: Alle die oben genannten Fragen sind im Hinblick auf diese Datensorte noch völlig ungeklärt – auch weil es aus sozialwissenschaftlicher Sicht nur sehr wenige Versuche gibt, solche Daten zu interpretieren.² Weil die sozialwissenschaftliche Ausdeutung von Homepages erst am Anfang steht, soll hier versucht werden, erste Antworten auf die o.a. Fragen vorzuschlagen³ und zu erproben. Dieser methodologischen Reflexion des eigenen interpretatorischen Tuns dient der erste Teil des Aufsatzes. Im zweiten Teil sollen dann die Hauptlinien der Deutung eines Teils der Homepages, nämlich des Fotos als zentrales Bedeutungselement, vorgestellt werden, um dann schlussendlich die Analyseergebnisse in eine skizzenhafte Zeitdiagnostik einzurücken und zu diskutieren.

1. Methodologische Vorüberlegungen zur Interpretation von Homepages

Akteure greifen bei der Gestaltung ihres Handelns unentwegt und notwendigerweise auf Handlungstypen, Kommunikationsgattungen, Formate, Rahmen etc. zurück, um sich und andere zu orientieren – darüber, wo man ist, wie man etwas meint und wie man etwas versteht. Diese Nutzung gesellschaftlicher Typisierungen von Situationen hilft dabei, Handlungen anderer und auch die eigenen zu identifizieren oder sie anderen verständlich zu machen – also sich selbst, aber auch den sozialen Ort des anderen zu finden. Dieser gesellschaftliche Bestand an Situations- und Handlungstypisierungen (Rahmen) ist Ergebnis der Geschichte einer Interaktionsgemeinschaft oder besser: er besteht aus – im Laufe der Geschichte absedimentierten – Handlungsmustern und -abfolgen, die sich in dieser Gemeinschaft bis zu diesem Zeitpunkt als ‚erfolgreich‘ (the fittest) bewährt haben.

Diese Rahmen organisieren einerseits die Erfahrung mit dem Anderen und der Welt und natürlich auch mit Kommunikation (Goffman 1977, S. 19), sie finden andererseits aber auch Anwendung bei jeder Art symbolischer wie nicht-symbolischer Interaktion. Dabei wirken sie nicht handlungsnormierend (erst recht nicht handlungsdeterminierend) über eine ihnen eigene strukturelle Kraft, sondern sie geben bewährte Interpretations- und Handlungsmuster vor, an die man sich (wenn auch mit für den einzelnen Akteur typischen Abschattierungen) anschließt, will man in der jeweiligen Interaktionsgemeinschaft verstanden werden und verstanden bleiben. Dabei steht es jedem Akteur frei, neue an das gesellschaftliche Leben anschlussfähige Typen zu (er)finden. Deshalb sind sie „prinzipiell mehrdeutige und deshalb für die beteiligten Subjekte interpretationsbedürftige Regeln (...). Ihr Situations- und Ereignisbezug verleiht ihnen eine gewisse Flüchtigkeit“ (Lüders 1992, S. 16).

Rahmen müssen also, gerade wegen ihrer Veränderbarkeit im Laufe jeder Interaktion, immer wieder neu bekräftigt und ratifiziert werden. In welchem Rahmen man sich gerade befindet, darüber gibt die Geschichte der Interaktion, also der Kontext, Auskunft. Wenn man nicht weiß, in welchem Kontext man sich befindet, kann man über die Bedeutung von Interaktionszügen nichts sagen. Diese Rahmen tönen die Bedeutung des Gerahmten nicht nur graduell ab, sondern sie bestimmen es entscheidend. Sie grenzen das Innere gegen das Äußere ab, heben es heraus und betten es zugleich ein (vgl. Goffman 1977). Erst durch diese Beigabe erlangt der ‚Inhalt‘ seine Bedeutung oder anders: „Die Rahmung macht die Botschaft“ (Soeffner 1992, S. 166).

Was ist nun der Rahmen einer Homepage oder genauer: der ersten *offiziellen* Seite einer Homepage, also (in terms der Interpretation) der ersten Sequenzstelle? Erst einmal: *Die Homepage ist (wie natürlich auch deren erste Sequenzstelle) ein historisch neuer Rahmen, die ihren Ort und ihre genaue Bedeutung noch sucht.* Im Weiteren werden wir uns vor allem auf die Analyse der ersten offiziellen⁴ Sequenzstelle einer Homepage beschränken. Dies deshalb, weil dieser Frontseite (so unsere Kenntnis der Bedeutung solcher Seiten) eine wesentliche, das Späterkommende bereits vorinterpretierende Funktion zukommt, mithin wir es mit einer offiziell abgesegneten zentralen Selbstdeutung zu tun haben.

Für welche Handlungen die erste Sequenzstelle einer Homepage gut ist und was sie bedeutet, wird zur Zeit noch weltweit ausgehandelt, und das Ergebnis dieses Prozesses steht noch lange nicht fest – auch weil es noch nicht die *eine* Form der ersten Seite einer Homepage gibt. Anschluss sucht die erste Sequenzstelle einer Homepage allerdings (das kann aus unserer Sicht schon jetzt gesagt werden) zu vier bekannten Rahmen, von denen sie sich Teile ihrer Bedeutung ausleiht:

Bezogen auf ihre *Funktion* siedelt die Homepage gleich in der Nähe von zwei vertrauten Rahmen: So liegt sie zum einen (mal mehr, mal weniger) in der Nähe der *Werbeanzeige*, da sie nicht allein den Eigennamen von etwas nennt, sondern versucht, für das hinter ihr Stehende einzunehmen. Zum anderen berührt die Homepage in gewisser Weise auch das *Inhaltsverzeichnis*: Sie nennt die einzelnen Kapitel und zeigt den Weg dorthin. Im Hinblick auf ihre *Topologie* ist die Homepage mit dem *Buchcover* verwandt. Sie ist nämlich die oberste und öffentliche Frontseite eines tief, wenn auch nicht unbedingt linear gestaffelten und strategisch gestalteten Bedeutungsgefüges. Betrachtet man die *Gestalt* der Homepage, dann sind Parallelen zu einer *Graphik* gegeben. Sie verbindet diverse Bild-, Text- und Formelemente zu einem neuen Ganzen, wobei die einzelnen

Elemente in unterschiedlicher Weise aufeinander bezogen sein können: sie können einander bekräftigen, ironisieren, dementieren oder widersprechen.

Weil also Homepages solch komplexe Bedeutungsgefüge sind und zudem der Prozess der Bedeutungszuschreibung noch nicht abgeschlossen ist, ist es ausgesprochen schwierig, ihre Bedeutung zu verstehen oder genauer: zu rekonstruieren. Die Frage „Was hat man eigentlich erreicht, wenn man die erste Seite einer Homepage interpretiert hat?“ gliedert sich selbst wieder in eine Reihe weiterer Fragen. Zum Ersten sind damit all die Fragen adressiert, die sich auf die Reichweite und Angemessenheit der Interpretation der ersten Seite oder der Oberfläche beziehen, die wir hier unter der amerikanischen Lebensweisheit: „You can't judge a book by looking at its cover“ zusammenfassen wollen. Zum Zweiten stellt sich die Frage, welches Element sinnvollerweise die erste Sequenzstelle der ersten Sequenzstellen genannt werden kann: Womit soll die Interpretation beginnen? Mit dem ersten Zeichen links oben, wie bei einem Buch, oder bei dem hervorgehobensten oder bei dem zentralen Element der Gesamtgraphik? Und zum Dritten fragt sich, welche Bedeutung hier gedeutet werden soll. Geht es um die Rekonstruktion der *Intention* des oder der Produzenten der Homepage oder der Auftraggeber, also um das, was einzelne Macher bewusst mit der Gestaltung der Homepage erreichen wollen? Oder soll angezielt werden, die notwendigerweise singuläre und *subjektive Zuschreibung von Bedeutung* im Moment der Rezeption zu ermitteln, also das zu bestimmen, was im Augenblick der Aneignung im Bewusstsein des Rezipienten geschieht? Oder will man gar (dem Programm der *cultural studies* folgend – vgl. hierzu Bromley/Göttlich/Winter 1999; eine interessante, nicht nur von den cultural studies inspirierte Einführung in die Filmanalyse liegt mit Mikos 2003 vor) den kommunikativen und interaktiven Umgang mit der Homepage, also deren Aneignung und weitere Verwendung bestimmen, also klären, ob das ‚Blättern‘ in der Homepage irgendwelche Folgen hatte und wenn ja, welche, und durch welche Faktoren diese bedingt war?

Die ersten beiden, im Kern subjektiven und von der individuellen und sozialen Biographie geformten Bedeutungsvorstellungen sind soziologisch von geringem Belang und zudem nicht zugänglich. Deshalb fallen sie hier als Zielpunkte der Analyse aus. Auch soll hier nicht die Suche nach der dritten Bedeutung aufgenommen werden, nämlich dem sozialen Umgang mit einer Homepage und der in der kommunikativen Aneignung erschaffenen Bedeutung, die durchaus soziologisch relevant und mittels Ethnographien prinzipiell ermittelbar ist. Insgesamt soll hier und jetzt jedoch die ‚Abnehmerseite‘ einer Homepage, also die Ermittlung der Aneignung von Bedeutung in konkreten Kommunikationssituationen, außen vor bleiben – wohl wissend, dass vor allem die im Aneignungsprozess geschaffene Gebrauchsbedeutung (siehe hierzu Hall 1999, aber natürlich auch Iser 1972 und Eco 1987) sowohl soziologisch wie medienpolitisch von relevanter Bedeutung ist. Dennoch: hier soll erst einmal nur das Produkt, das Artefakt der Homepage oder noch genauer: nur das die Firma versinnbildlichende Foto auf der Frontseite im Zentrum des Interesses stehen. Gefragt werden soll also nach der in dieser digitalisierten Fotomontage eingelassenen *gesellschaftlichen Bedeutung*. Von praktischem Nutzen ist eine solche Bedeutungsrekonstruktion vor allem dann, wenn man ermitteln will, ob ein Artefakt die Botschaft in sich trägt, die es tragen soll, ob also ein Kommunikationsauftrag sachgerecht ausgeführt wurde.

Mit dem hier vorgeschlagenen heuristischen Konzept wird also erst einmal nicht die Gesamtheit einer Homepage Gegenstand der Interpretation, also die in einer Hypertextstruktur aufeinander bezogene (verlinkte) Vielfalt von Formen,

Texten und Bildern aller Art, sondern nur ein sehr kleiner Teil – nämlich das Foto von der Frontpage. Ausgehend von vertrautem Terrain, nämlich der hermeneutischen Bildanalyse, soll erprobt werden, ob sich dieses Verfahren auch bei der Deutung digitalisierter Fotomontagen gewinnbringend einsetzen lässt. Will man darüber hinaus die Bedeutung der Gesamtgestalt einer Homepage rekonstruieren, wird es nicht genügen, nur die bekannten und teilweise bewährten Verfahren einer qualitativen Sozialforschung zu übertragen, sondern es werden neue Methoden entwickelt werden müssen. Auch dazu soll dieser Artikel einen (wenn auch kleinen) Beitrag leisten. In späteren Arbeiten werden dann andere Fragen aufgegriffen und diskutiert werden müssen: so u.a. die Frage nach der Sequentialität der Verlinkungsstruktur und den daraus sich ergebenden methodologischen Konsequenzen oder die Frage nach dem Zusammenspiel von Text, Foto und Grafik (Verstärkung, Anreicherung, Kommentierung, Ironisierung, Dementi etc.) oder die Frage nach der Bedeutung der leicht und immer wieder austauschbaren, von jeweils anderen Autoren verfassten, Module einer Homepage.

Exkurs zum Bedeutungsbegriff

Eine Interpretation von Daten aller Art mithilfe der hermeneutischen Wissenssoziologie zielt (wie oben gesagt) auf die Findung der gesellschaftlichen Bedeutung von Handlungen. Der Ausdruck ‚gesellschaftlich‘ ergibt sich nun daraus, dass es allein um die Bedeutung geht, welche durch eine Handlung innerhalb einer bestimmten Interaktionsgemeinschaft, betrachtet man sie aus der Perspektive des Generalisierten Anderen der jeweiligen Interaktionsgemeinschaft (also nicht aus der Perspektive des konkreten Akteurs), erzeugt wird (vgl. Mead 1973). Ein solcher Bedeutungsbegriff löst sich völlig von der Akteursintention, also dem vom Akteur subjektiv oder ‚innen‘ Gemeinten.

Alle Sozialwissenschaftler gehen davon aus, dass alles Handeln von Menschen, also das symbolfreie wie das symbolgebundene, für andere Menschen Bedeutung besitzt. Diese Bedeutung wird in der Regel konstituiert durch spezifische Verfahren und Regeln, die Ausdruck der Grammatik, Semantik und vor allem der Pragmatik einer Sprach- und Interaktionsgemeinschaft sind. Grammatik meint hier die Regeln der Verknüpfung von Zeichen, die auf Bedeutungseinheiten verweisen, Semantik die Verweisungen auf den gesellschaftlich geschaffenen Raum von Bedeutungseinheiten und den dadurch eröffneten Raum logischer (Sellars 1999), legaler und legitimer Gründe. Pragmatik meint dagegen (durchaus im Sinne Brandoms) das Geflecht von Unterstellungen, Erwartungen und Verpflichtungen, das sich in einer spezifischen Gesellschaft aus Handlungen mehr oder weniger verbindlich ergibt (Brandom 2001, auch Habermas 1999, S. 138ff, aber auch schon Peirce 1986, S. 411 und Peirce 1983, S. 75).

Die Bedeutung einer Handlung ist somit nicht über eine irgendwie geartete Semantik bestimmbar, sondern konstituiert sich wesentlich über die (vom Sprecher aufgrund seiner Erfahrung mit der Interaktionsgemeinschaft erwartbaren) sozialen Folgen, also über die Pragmatik. Zwar greift der Sprecher bei der ‚Planung‘ seiner Sprechhandlung auf frühere Erfahrungen zurück, also auf Formen, die früher einmal erfolgreich waren. Realisiert und ratifiziert wird jede sprachliche Bedeutung aber erst durch die Antwort-Handlung: eine (sprachliche) bestimmte Handlung bedeutet in einer bestimmten Interaktionsgemeinschaft also, dass einerseits der Sprecher Anderen Erwartungen anträgt, aber auch, dass

Andere berechtigt sind, an den Handelnden bestimmte Ansprüche zu stellen. Oder anders: Weil man weiß oder doch zu wissen glaubt, welche Konsequenzen eine Sprechhandlung in einer bestimmten Interaktionsgemeinschaft nach sich zieht, handelt man so, wie man handelt. Man schaut also, um eine Formulierung von Brandom zu benutzen, sowohl ‚flussaufwärts‘ als auch ‚flussabwärts‘.

Wissenschaftliches Deuten beruht auf der Prämisse, dass eine Bedeutungsrekonstruktion nur dann gelingen kann, wenn der Interpret hinreichend an der Kultur der Bedeutungsproduktion teilhat, also auf der Unterstellung von der teilweisen oder vollständigen Einheit der Kultur von Interpreten und Interpretierten.⁵ Damit ist auch, aber nicht nur (noch nicht einmal hauptsächlich) die Unterstellung gemeint, dass der Interpret die Kultur des Interpretierten teilt (dass sie also eine gemeinsame Kultur haben), sondern vor allem die meist (wider besseres Wissen) gehegte Hoffnung, die Bedeutungsgrenzen sprachlicher Handlungen mit den Sprachgrenzen gleichzusetzen: also die Hoffnung, dass der Mythos von der kulturellen Identität mehr als ein Mythos ist, dass also sprachliche und nichtsprachliche Handlungen in der gesamten Sprach- und Interaktionsgemeinschaft (an jedem Ort, in jeder Schicht, in jedem Alter) das Gleiche bedeuten. Die implizite These von der Einheit der Kultur ist das Fundament, auf dem jede Interpretation ruht. Nur weil der Interpret selbst über diese Verfahren und Regeln verfügt, sie in sich aufrufen und auch die Angemessenheit von Bedeutungsproduktionen beurteilen kann, kann er auch deren gesellschaftliche Bedeutung erkennen, festhalten und niederschreiben. Fraglos kann dies nur im Hinblick auf die soziale Grammatik, Semantik und Pragmatik von (Sprach-)Handlungen gelingen.

Die Interpretationskompetenz resultiert in dieser Sicht aus der hinreichenden Einheit der Kultur von Forscher und Beforschem – eine Einheit, die durchaus fraglich ist, wie uns – um nur ein paar zu nennen – die Historiker, die Ethnologen, die Kulturwissenschaftler und nicht zuletzt auch die Wissenssoziologen lehren. Es ist weder überraschend noch besonders neu, dass sich Sozialwissenschaftler, wenn sie die Arbeit des Deutens beginnen, auf die Kultur einer Sprach- und Interaktionsgemeinschaft aus der Sicht des ‚man‘, des ‚Dritten‘ oder in den Worten von Mead aus der Sicht des ‚generalisierten Anderen‘ beziehen (müssen): was bedeutet es, also welche Folgen hat es (so die typischen Interpretationsfragen), wenn ‚man‘ in einer bestimmten Gesellschaft in einer bestimmten Situation in einer bestimmten Weise sprachlich oder nichtsprachlich in der gegebenen Weise handelt, und was versteht ‚man‘ darunter bzw. wie würde jedes *sprachbegabte* und *vernünftige* Mitglied dieser Gesellschaft darauf reagieren?

Um nicht missverstanden zu werden: keineswegs soll hier behauptet werden, sozialwissenschaftliches Deuten sei unmöglich, wir wollen nur sagen, dass man beim Interpretieren wie beim Auspacken von altem, wertvollem Porzellan vorgehen sollte: mit großer Vorsicht und noch größerem Feingefühl.

2. Zur Methode einer hermeneutischen Wissenssoziologie

Das hier verwendete Datenanalyseverfahren ist die hermeneutische Wissenssoziologie (allgemein hierzu Hitzler/Reichert/Schröder 1999; Soeffner 1989 und Schröder 1994). Die hermeneutische Wissenssoziologie soll sinnstrukturierte Produkte

menschlichen Handelns auf ihre Handlungsbedeutung hin auslegen und ist als solche in der Lage, sowohl Texte als auch Bilder, Graphiken und Fotos jeder Art auszulegen.

Die hermeneutische Wissenssoziologie interpretiert dabei ausschließlich Handlungen, also auch Sprech- und *Darstellungshandlungen*. Bei der Analyse von Bildern, (digitalisierten) Fotos, Filmen und Graphiken ergibt sich allerdings die Frage, welches Handeln überhaupt Gegenstand der Untersuchung sein soll. Hier gilt ganz allgemein, und dies im Anschluss an Peters (1980) und Opl (1990), zwischen der *gezeigten Handlung* (also der im Bild gezeigten Handlung) und der *Handlung des Zeigens* (also der mit dem Bild zu zeigen) zu unterscheiden.⁶ Mit Ersterem wird das Geschehen bezeichnet, das mit Hilfe des Bildes aufgezeichnet und somit gezeigt wird, mit Letzterem der Akt der Aufzeichnung, also des Zeigens durch die Gestaltung des Bildes (plus die Gestaltung des von dem Bild Aufgezeichneten). ‚Bild‘ meint hier nicht nur ein Foto, sondern ganz allgemein einen ‚Apparat‘ des Aufzeichnens, Fixierens mit einer darin eingelassenen spezifischen Selektivität.

Zur Handlung des mit der Bildgestaltung Zeigens gehört also vor allem (a) die Wahl des Ortes zur Inszenierung einer Handlung vor der Kamera, (b) die Wahl der Kulissen und des sozialen Settings, (c) die Auswahl und Gestaltung des Bildausschnitts, (d) die Art und das Tempo der Schnittfolge, (e) die Kommentierung des Abgebildeten durch Filter, eingeblendete Graphiken, Texte, Töne oder Musik, (f) die Auswahl und Ausrüstung des Aufzeichnungsgeräts (Kamera) und (g) die Gestaltung der Filmkopie (Format, Qualität). Alle diese Handlungen greifen in der Regel auf kulturell erarbeitete Muster und Rahmen (ikonographische topoi) zurück, weshalb die Handlung des Zeigens sich immer auch auf andere, zeitlich frühere Handlungen des Zeigens bezieht (Inferenz statt Referenz – vgl. auch Sellars 1999 und Brandom 2001). Da die (impliziten oder expliziten) Entscheidungen über die wesentlichen Elemente der Bildgestaltung zeitlich der Handlung im Bild meist vorangehen bzw. diese dominieren, bildet die Bildgestaltungshandlung den für die (alltägliche und wissenschaftliche) Interpretation dominanten Handlungsrahmen, in dem die Handlung im Bild unauflöslich eingebunden ist.

Allerdings findet sich oft für die Bildgestaltungshandlung bei näherer Betrachtung kein einzelner personaler Akteur, da z.B. im Falle eines Filmes der Regisseur in der Regel nicht für alle Kamerahandlungen zuständig ist. Ähnliches gilt natürlich auch für das Erstellen einer Homepage, einer Werbeanzeige etc. Meist sind (z.B. beim Film) an der Kamerahandlung auch Kameraleute, Maskenbildner, Tontechniker, Kulissenschieber, Ausleuchter, Kabelträger, Kreative, Text- und Songschreiber, betriebseigene Medienforscher u.v.a.m. beteiligt. Das (durch Professionsstandards angeleitete) ‚Zusammenspiel‘ all dieser Funktionen bringt schlussendlich das zustande, was als ‚Film‘ gesendet oder als Bild, Grafik, Werbeanzeige oder Homepage veröffentlicht wird. Wird im Weiteren von dem Akteur der Bildgestaltung gesprochen, dann ist immer ein ‚korporierter Akteur‘ (= Summe aller Handlungslogiken, die an der Aufnahme und Gestaltung eines Bildes mitwirken) gemeint.

Stets kommentiert der ‚korporierte Akteur‘ durch die Handlung der Bildgestaltung die Handlung im Bild. Jede Auswahlhandlung von ihm kommentiert und interpretiert das Abgebildete. Auch der Versuch, mit der audio-visuellen Darstellung nur das wiederzugeben, was den abgebildeten Dingen (scheinbar von Natur aus) anhaftet, ist ein Kommentar, allerdings ein anderer als der, wenn die Kamera z.B. durch Schärfentiefe, Verzerrungen etc. auf sich selbst weist. Im ersten Fall versucht der ‚korporierte Akteur‘ sein Tun und die Bedeutung seiner Handlungs-

logik zu leugnen bzw. zu vertuschen, im zweiten Fall schiebt er sich zwischen Abgebildetes und Betrachter und bringt sich damit selbst ins Gespräch.

Aus diesem Grund geht es bei der Analyse von Bilddaten um die Auffindung der ‚gesellschaftlichen‘ Bedeutung der Handlung der Bildgestaltung *plus* der durch sie eingefangenen Handlung im Bild – und nicht allein um die Rekonstruktion der Bedeutung des gezeigten Geschehens. Bildanalyse kann und darf sich nie auf die Bildinhaltsanalyse bzw. auf die Analyse der vor der Kamera gesprochenen Worte beschränken, da die Kamerahandlung stets konstitutiver Bestandteil des Films ist. Sie hat sich durch eine Fülle nonverbaler Zeichen in den Film eingeschrieben, sie hat im Film einen bedeutsamen Abdruck hinterlassen. In jeder bildlichen Darstellung von Handlungen (auch auf einer Homepage) finden sich also immer zwei Komplexe von Zeichen: zum einen die Zeichen, welche auf die *Regeln der abgebildeten Handlungen*, zum anderen die, welche auf die *Regeln der Handlung der Abbildung* verweisen.

Methodisch verfolgt eine hermeneutische Wissenssoziologie bei der Interpretation von Bildern folgenden Weg: die Daten werden entlang der vorgeschlagenen Differenzierung möglichst genau deskribiert. Der so entstandene Text enthält dann eine fixierte und nach wissenschaftlichen Standards codierte Version des beobachteten Bildes, er ist ein formalisiertes *Protokoll dieser Beobachtung*. Das vom Betrachter erstellte Protokoll enthält nur zum Teil das Protokoll einer Bildbeobachtung, es dokumentiert auch den Akt des wissenschaftlichen Sehens, also die Handlung des Deutens und Sequenzierens. Der Deutungsakt gerinnt zu geregelten Wörtern und Sätzen, die in dieser Form bereit werden für die Analyse und den Diskurs, und in dieser Form auch immer wieder für andere bereit stehen. Insofern muss die Deutung von Bilddaten – ganz im Sinne einer wissenssoziologischen Hermeneutik – immer auch die Deutung der Akte des Deutens beinhalten (siehe vor allem Soeffner 1989).

Eine hermeneutische Wissenssoziologie schlägt vor, den vom Betrachter erstellten Bildtext als Feldprotokoll zu betrachten und in der von Strauss (1991) beschriebenen Weise zu behandeln, also entlang verschiedener Relevanzpunkte zu interpretieren (siehe auch Reichertz 2000). Dazu gehört auch, dass während der Interpretation, wenn etwas unklar ist, immer wieder neu das Bild unter einer bestimmten Aufgabenstellung ‚befragt‘ und neu verschriftet wird (theoretical sampling). Demnach werden Beobachtungsprotokolle in einem gerichteten hermeneutischen (und auch selbstreflexiven) Deutungsprozess in mehreren Phasen so lange kodiert, bis am Ende eine Deutungsfigur ermittelt wird, die alle Elemente der Beobachtung und der Beobachtungstexte zu einem bedeutungsvollen Ganzen integriert.

3. Interpretation der Homepage der Beratergruppe Neuwaldegg

3.1 Auswahl der Daten

Für die Auswahl der Homepage der Beratergruppe Neuwaldegg, also gerade dieser Homepage, gibt es keinen sachlichen, fachlichen oder finanziellen Grund, sondern sie verdankt sich dem *Zufall*. Einer der Autoren nahm im Sommerse-

mester 2003 eine Gastprofessur an der Universität Wien wahr und eine Studentin schlug vor, die Methode der hermeneutischen Wissenssoziologie am Beispiel eben dieser Homepage zu erproben. Diese Interpretation wurde dann im Wintersemester 2003/04 im Rahmen eines Doktorandenkolloquiums an der Universität Duisburg-Essen, Campus Essen, weitergeführt, als die Verfasser dort die Möglichkeiten der Deutung von Homepages diskutierten. Dem Umstand, dass die Homepage an zwei, etwa acht Monate auseinander liegenden Zeitpunkten interpretiert wurde, ist es zu verdanken, dass auch vorgenommene Änderungen der Homepage in den Blick geraten konnten. Doch dazu später mehr.⁷



Abb. 1: Homepage der Beratergruppe Neuwaldegg

3.2 Aufbau der Homepage

Ganz im Sinne der Vorüberlegungen ist die Homepage der Beratergruppe Neuwaldegg eine Grafik. Sie setzt sich aus einer Reihe von verschiedenen Gestaltungselementen zusammen. Innerhalb eines durch kleine Dreiecke links oben und rechts unten nur angedeuteten Rahmens lassen sich insgesamt sechs verschiedene Elemente ausmachen: (a) Das Zitat von Emerson links oben („Ohne Begeisterung ist noch nie etwas Großes geschaffen worden.“), (b) der typografisch gestaltete Namen ‚neuwaldegg BERATERGRUPPE‘ rechts oben, (c) ein Foto, auf dem 13 Personen frontal abgebildet sind, unter dem Namen, (d) ein farblich abgehobenes Menü an der linken unteren Seite, das auf tiefer liegende Sides verweist, (e) ein von unten nach oben verlaufender und bunt unterlegter Schriftzug: ‚Top aktuell‘ und (f) daneben fünf Hinweise, die mit einem Link verknüpft sind.

Diese sechs Elemente fügen sich zu drei Gruppen zusammen: die ersten drei entsprechen der Emblematisierung von Werbung (Claim, Name, Produkt), der senk-

recht verlaufende Schriftzug und die diversen Ankündigungen erfüllen die Bedingungen an eine aktuelle Pinnwand, während das seitliche Menü den Wegweiser zu den wichtigsten Wegen und damit den als sehr relevant erachteten Inhalten darstellt. Die Homepage ist im Wesentlichen *geschlossen*, das heißt, sie ist nur intern verlinkt und öffnet sich nicht immer wieder zum WWW hin. Folgt man den einzelnen Links, dann ergibt sich folgende Verlinkungsstruktur:

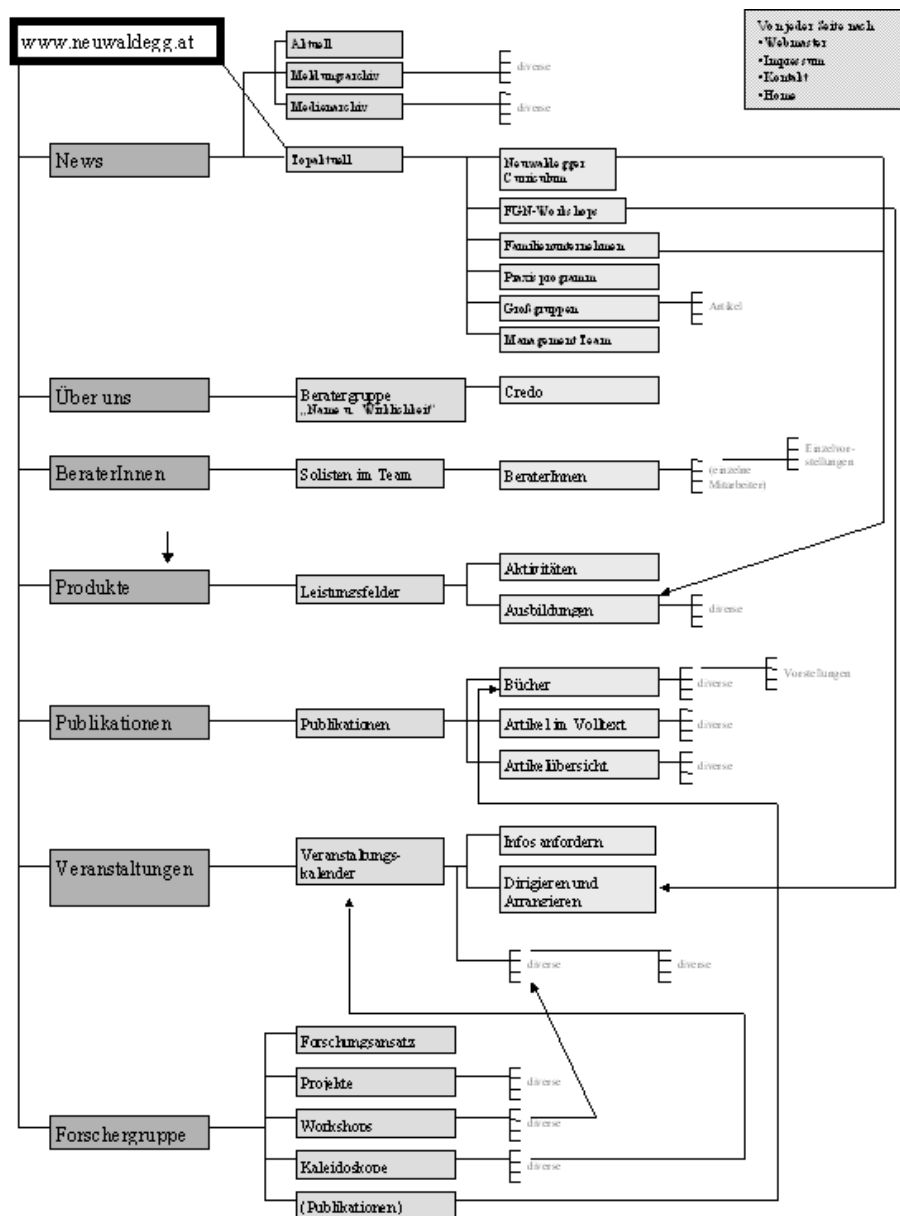


Abb. 2: Verlinkungsstruktur der Homepage der Beratergruppe Neuwaldegg

Angesichts der Fülle und tiefen Strukturiertheit haben wir uns entschlossen, unsere Deutung an irgendeinem Punkt zu beginnen. Ausschlaggebend für die Auswahl war allein die durchaus begründbare Annahme, dass die auf der Vorderseite der Homepage präsentierte Fotografie von zentraler Bedeutung sei. Anhand der Deutung dieses Fotos sollten erste Lesarten zur gesellschaftlichen Bedeutung der gesamten Homepage erarbeitet und anschließend an den weiteren Bedeutungselementen überprüft werden. Dieser Auslegungsprozess ist in der hier vorgelegten Arbeit noch nicht an sein Ende gekommen. Wenn wir doch schon ein erstes Zwischenergebnis vorlegen, dann vor allen deshalb, weil wir uns durch den Schreibprozess und auch durch die Kritik weiterhelfen lassen wollen.

Noch eine letzte Bemerkung vorweg: Die hier vorgestellte Interpretation gibt in keiner Weise den wirklichen, äußerst langwierigen und mühseligen Interpretationsprozess wieder. Der besseren Lesbarkeit wegen, aber auch in der Absicht, Leser von unserer Auslegung zu überzeugen, haben wir oft schon sehr früh verdichtet, zugespitzt und pointiert. Dennoch bleibt der alleinige Bezugspunkt für die Angemessenheit der Interpretation das Bild und nicht der von uns verfasste Text. Dieser geht entsprechend der oben vorgestellten Differenzierung anfangs auf die im Bild gezeigte Handlung ein, später dann auf die Handlung des Mitder-Bildgestaltung-Zeigens.

3.3 Die im Bild gezeigte Handlung

Das Bild, das auch im Original auf der Homepage in schwarz-weiß erscheint, zerfällt deutlich in einen Vorder- und Hintergrund: Letzterer besteht aus gebüsch- oder baumartigen Strukturen an beiden Seitenrändern und einer hellen, fast weiß strahlenden Fläche, die etwa Zweidrittel des verbleibenden oberen Hintergrunds ausfüllt. Im Vordergrund befindet sich am unteren Bildrand eine Gruppe von dreizehn Menschen zwischen 30 und 50 Jahren (9 Männer und 4 Frauen).

Die Personen, die leicht gestaffelt nebeneinander stehen und von denen jeweils nur der Oberkörper (etwa bis zur Hüfte) sichtbar ist, sind etwa gleich groß, schlank und weisen keine sichtbaren körperlichen Mängel auf. Alle abgebildeten Personen wirken gepflegt und weisen Zeichen des beruflichen Erfolgs auf: Sieben Männer tragen zum dezenten Anzug einen Schlips und eine Kurzhaarfrisur (zwei haben auf den Schlips verzichtet und tragen ihr gebügeltes Hemd offen), die Frauen tragen zum Kostüm Halskette und sichtbar von Friseur gestaltete Haare. Obwohl die 13 Menschen teilweise eng nebeneinander stehen, berührt niemand den anderen. Jeder steht alleine und für sich und doch in einer Gruppe.



Abb. 3: Fotografie auf der Homepage der Beratergruppe Neuwaldegg

Alle Gesichter sind nach vorne gewandt. Mit hochgezogenen Augenbrauen schauen sie lächelnd und optimistisch nach vorne, ohne dass sich die Blicke aller auf ein einziges vor ihnen gemeinsam liegendes Ziel richten würde. Die ganze Gruppe scheint sich in einer Bewegung nach vorne zu befinden, die vor einiger Zeit inmitten des leuchtend hellen Hintergrunds begonnen hat, jedoch noch andauert und nur im Moment des Fotografierens und durch das Fotografieren kurz angehalten und eingefroren wurde. Insbesondere die bewegten Arme und die angedeutete Drehung aus der Körpermitte heraus unterstützen den Eindruck fortdauernder Dynamik. Durch diese Bewegung nach vorne erhält das eingefrorene Geschehen eine Zeitstruktur: es gab ein Vorher im Bildhintergrund (in der Helligkeit), es gibt eine Gegenwart (die Gruppe ist am vorderen Bildrand angekommen), und es wird eine Zukunft geben (dort, wo der Betrachter ist).⁸

Auf diese Weise vermittelt sich dem Betrachter folgende Gesamthandlung: Eine Gruppe von gut situierten und beruflich erfolgreichen und somit auch machtvollen Männern und Frauen kommt zusammen (als Gruppe, also nicht einzeln oder in kleinen Grüppchen) aus der Helligkeit (evtl. Waldlichtung). Jetzt strebt allerdings jeder Einzelne (zwar noch in der Gruppe, aber doch schon jeder für sich) voller Tatendrang nach vorne auf jemanden, den Betrachter, zu. Ihn lächelt man freundlich an und ihm bietet man sich (aber nicht als Gruppe, sondern als Einzelner) an, um (mit ihm) das vor ihnen Liegende voller Optimismus anzugehen.⁹ Alle kommen sie aus dem Licht. Das Licht hat etwas mit ihnen gemacht, hat sie verändert. Jeder einzelne von ihnen ist erleuchtet worden. Das unterscheidet sie von anderen.

3.4 Die Handlung des mit der Bildgestaltung Zeigens

Schon auf den ersten nur flüchtigen Blick erkennt der Betrachter, dass es sich bei dem oben abgedruckten Bild auf keinen Fall um ein *Privatfoto* handelt, das hergestellt wurde, um einen besonders denkwürdigen Augenblick im Leben der Abgebildeten für sie selbst oder ihre Freunde festzuhalten. Bildgestaltung und Bildqualität zeigen, dass ein Profi mit Verwertungsinteressen und kein Amateur am Werk war. Das Foto ist also ein *öffentliches Foto*, kein *privates*, produziert, um (möglicherweise kommerziell) genutzt zu werden und in der Öffentlichkeit zu zirkulieren. Bei dem Bild handelt es sich ebenfalls nicht um einen *Schnappschuss*, also nicht um die fotografische Aufzeichnung einer sich unbeobachtet wahnenden Handlungswirklichkeit (siehe hierzu Reichertz 1992 und 1994a).

Geradezu augenfällig ist, dass die Abgebildeten von dem Akt des Abbildens Kenntnis haben, mit ihrer ganzen Erscheinung darauf reagieren, sich sogar zum Zweck der Abbildung in besonderer Weise aufgestellt und mittels Gesichtsausdruck, Körperhaltung, Körperspannung und Kleidung entweder selbst typi-

siert haben oder von anderen so hingestellt und gestaltet wurden. Das Arrangement der Einzelnen fügt sich zu einem eigenen Ornament, zu einem Symbol für einen Bund egalitärer Gleichgesinnter und Gleichkompetenter. Insofern handelt es sich bei dem Bild um eine hochgradig *typisierte Inszenierung*.

Erst auf den zweiten Blick kann man erkennen, dass es sich bei den Abgebildeten nicht um Models, also typisierte Modelle von Körper und Persönlichkeitstypen, handelt, sondern um ‚wirkliche‘ Personen mit individuellen Besonderheiten und Eigentümlichkeiten, die sich selbst ‚nur‘ entlang gesellschaftlicher Modelle modelliert haben. Es liegt also keine *Hyperritualisierung* vor (zu den hier verwendeten Begriffen siehe Goffman 1981, S. 45-103, Bourdieu et al. 1983, S. 25-110 und 137-202 sowie Berger et al. 1983).

Erst auf den dritten Blick erkennt man, dass es sich bei dem ‚Gruppenbild nach der Erleuchtung‘ um eine mit den Mitteln der computergestützten Bildverarbeitung erzeugte echte *Simulation* handelt, also um die Montage verschiedener disparater Elemente zu einem neuen, scheinbar einheitlichen Bild – wenn auch mit wirklichen Personen und nicht mit Models. Die hier vorliegende Simulation ist insofern eine besondere, da sie sich zwar ein wenig tarnt, aber nicht wirklich viel Mühe gibt, als solche nicht erkannt zu werden. Im Gegenteil: Schaut man genauer hin, dann entdeckt man an vielen Stellen die massiv gestaltende Hand des (korporierten) Fotografen.

Hier ein paar der markantesten Eingriffe in das Geschehen (vor dem Bild): (a) Dreizehn Personen in Reihe und aus einer solchen Nähe wären nur mit einem starken Weitwinkelobjektiv zu erfassen gewesen, was aber zu erheblichen Verzeichnungen der Gesichter und Personen geführt hätte; (b) trotz der weißen, sehr hellen Strahlung von hinten und oben sind die Gesichter gut durchgezeichnet, was bei Gegenlichtaufnahmen ohne Aufhellungsblitz unmöglich wäre; (c) die Gesichter sind, wie der Schlagschatten zeigt, nicht von einer und zentralen, sondern von unterschiedlichen und unterschiedlich positionierten Lichtquellen beleuchtet worden und (d) die Schärfentiefe der 13 Gesichterabbildungen variiert (das Bild hat keinen einheitlichen Raum).

Zu diesen eher fototechnisch bedingten Eingriffen, die Sinn machen, wenn man viele Personen möglichst deutlich und unverzeichnet abbilden will, die also im Dienste der ‚*Wirklichkeitsabbildung*‘ stehen, finden sich andere Eingriffshandlungen, die Sinn machen, wenn der Fotograf eine bestimmte Deutung erzeugen bzw. nahe legen will und die so weder fototechnisch noch durch die ‚Wirklichkeit‘ bedingt sind, die also der strategischen ‚*Wirklichkeitsveränderung*‘ dienen. Hier zeigt sich die ‚erzählerische‘ Aktivität des Fotografen besonders deutlich und deshalb ist deren Ermittlung und Deutung für jede Bildauslegung unabdingbar.



Abb. 4: Ausschnitt aus der Fotografie auf der Homepage der Beratergruppe Neuwaldegg

Der auffälligste Eingriff des fotografischen Autors ist vielleicht die teilweise *Umräumung* einiger Personen mit einer diffusen weißen Linie, die aus den Lichtverhältnissen (Lichtbrechung am Rand) so nicht erklärbar ist und die auch nicht als moderne Form des christlichen Nimbus angesehen werden kann. Auch fällt auf, dass die Personen, verlängert man ihren Körper, nicht auf demselben Boden stehen (besonders deutlich bei Person 3 und 4): Manche scheinen auf Fußbänken zu stehen. Offensichtlich wurden zu große Unterschiede der Körperlänge so ausgeglichen, dass eine dynamische ‚Gipfelinie‘ der Köpfe entstehen konnte. Auffällig an dieser Gipfelinie ist nicht nur das stetige Auf und Ab, sondern die Randpositionen (also Person 1 und 13): Sie bilden die äußeren hoch aufragenden Gipfel, die sich als einzige von der Gruppe weg, also nach außen neigen, was auf deren besondere Stellung hinweist. Drittens zeigen die abgebildeten Körper trotz ihrer Nähe zueinander keinerlei Koorientierung. Die Körper reagieren nicht aufeinander, sondern stehen wie Puppen nebeneinander. Man könnte das Abbild einer Person wegnehmen und ein anderes Abbild einfügen, ohne dass dies auffallen würde.

Nimmt man all diese Hinweise zusammen, so muss man davon ausgehen, dass es niemals ein Gruppenfoto der abgebildeten Personen gab, sondern dass alle Personen erst einzeln digital fotografiert wurden, und später dann der Fotograf oder ein Designer die Einzelfotos mit Hilfe von Photoshop oder einer vergleichbaren Software vor einem ebenfalls gesondert erstellten Hintergrund montierte. Das Bild besteht somit aus mindestens 14, eher 15 Einzelbildern ohne inneren Zusammenhalt oder eine verbindende Handlung. Eine solche gemeinsame Handlung, nämlich die Vorwärtsbewegung, wird allein durch die Handlung des korporierten Fotografen nahe gelegt. Er hat nach seinen Vorstellungen und Darstellungsabsichten (und so kann man vermuten: im Auftrag seiner Geldgeber) aus unverbundenen Teilen eine neue Gestalt geschaffen und damit auch eine neue, strategisch geplante Bedeutungsstruktur.

Das für die Interpretation Wichtige dabei ist, dass der Fotograf bei der Gesamtkomposition des neuen Bildes fast unabhängig von den ‚Zwängen der Natur‘ (Größe der Personen, Lichtverhältnisse, Besonderheiten des Hintergrunds etc.) nur seinen Darstellungsabsichten folgen konnte. Deshalb gilt für dieses Artefakt in gesteigertem Maße, was auch für andere Produkte menschlicher Praxis gilt: *Order at all points*. Objektiv bedeutet das gewählte Verfahren der Bildkomposition (und das ist eine erste Annäherung an die Bedeutung) vor allem die *Austauschbarkeit aller Elemente*, also auch der abgebildeten Personen. Jeder und jedes kann leicht und schnell ausgewechselt werden – und das nicht nur auf dem Bild. Die ‚Gruppe‘ ist allein eine Fotografienfiktion – eine Simulation eines faktisch nie Realisierten (gemeinsamer Fototermin).

Wie sehr mit diesem Verfahren des computergestützten Bilddesigns die Austauschbarkeit der einzelnen Personen sichtbar wird, zeigt eine gedankenexperimentelle Rekonstruktion der (auch ökonomischen) Gründe für ein solches Vorgehen. Gäbe es in der Tat eine auf längere Zeit stabile Gruppe von Menschen,

die miteinander etwas bewegen, dann wäre es ein Leichtes, diese Gruppe einmal abzulichten und das so entstandene Bild ins Netz zu stellen. Dieses Foto könnte in dieser Form lange genutzt werden. Wenn aber die Gruppe nicht stabil ist, sondern einzelne Mitglieder, aus welchen Gründen auch immer, die Gruppe verlassen (müssen), dann macht es (auch ökonomisch) Sinn, das Gruppenbild aus den jeweils alten und neuen Versatzstücken montieren zu lassen. So zeigt denn auch ein Vergleich der auf der Homepage platzierten Bilder vom Frühjahr und Herbst 2003 einen solchen Austausch von Personen und die Veränderung ‚Gipfelinie‘ und Bildausschnitt.

Gruppenbild Stand Oktober 2003

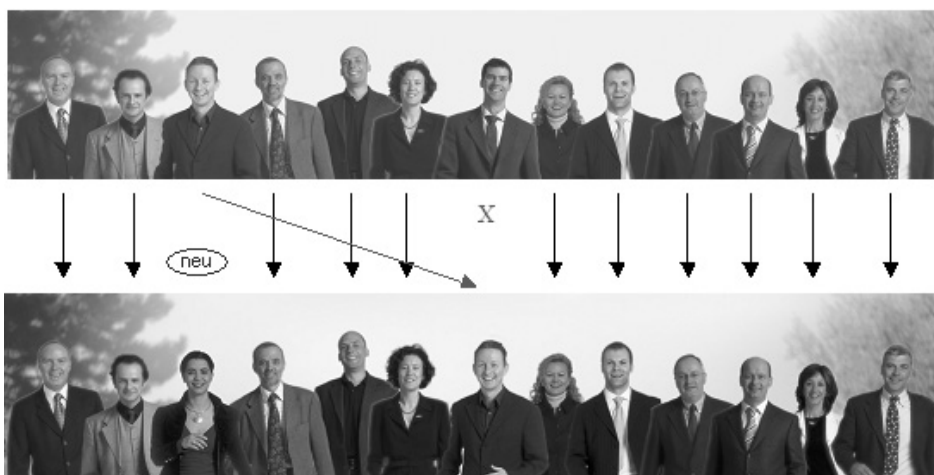


Abb. 5: Veränderungen im Gruppenbild auf der Homepage der Beratergruppe Neuwaldegg

Doch zurück zur Betrachtung und Beschreibung der Handlung der Bildgestaltung: Die vom Fotografen benutzte Bildsprache arbeitet, um einen Eindruck von ‚Gruppenhaftigkeit‘ zu erzeugen, auf mehreren Ebenen: zum Ersten wird durch die einheitliche Bekleidung und Gesichtsausdrücke der Personen eine ‚Uniformität ohne Uniform‘ hergestellt. Die Individualität spiegelt sich eher in Details und Varianten der Kleidung wider, etwa der Entscheidung für oder gegen eine Krawatte, als in wesentlichen Unterschieden. Die Beschränkung auf Grauwerte in der Darstellung vereinheitlicht das Bild weiter.

Zum Zweiten wird durch die nachträglich vereinheitlichte Körpergröße, die Nähe und Verschränkung der Körper zueinander und die mittels geringer Schärfentiefe zurückgenommene soziale Staffelung eine *Gruppe der Gleichen* geschaffen. Durch die Ausrichtung aller Personen nach vorn und die Reduktion der Abbildung auf die obere Körperhälfte verlieren die Personen zudem einen großen Teil an Geschlechtlichkeit und Körperlichkeit, was sie vor allem zu personalen Typen, zu Personen (also nicht konkreten Individuen) mit Herz und Kopf macht.

Zum Dritten wird diese Gruppe durch die Nutzung eines im christlichen Abendland weit verbreiteten und sehr bekannten ikonographischen Topos in be-

sonderer Weise gedeutet und überhöht. Denn mittels Bildsprache ruft die Art der Darstellung der dreizehn Personen Assoziationen an Leonardos *Abendmahl*¹⁰ hervor. Auf diesem Bild, das immer wieder neu interpretiert und als Topos auch in nicht christlichen Kontexten genutzt wurde, ist eine Gruppe von dreizehn Personen zu sehen, die vom Maler links und rechts von Jesus von Nazareth, dem Gottessohn, platziert wurden, von denen elf in der christlichen Glaubensgemeinschaft seither als Heilige verehrt, deren Beziehung zueinander allerdings auf dem Gemälde Leonardos nicht ganz ungetrübt ist.¹¹

Der Vergleich mit dem *Abendmahl* des Leonardo macht jedoch auf eine Spezifik des Bildes der Beratergruppe aufmerksam, die bedeutsam ist: Dem Bild der Wiener Unternehmensberater fehlt das Zentrum. Die charismatische Gestalt befindet sich nicht in der Mitte. Auch nicht an einem anderen Platz. Niemand der dreizehn Menschen ragt sichtbar über die anderen hinaus oder ist herausragend markiert, z.B. durch einen Nimbus. Allein die Außenpositionen nehmen eine Sonderstellung ein, da sie die Gruppe (auch durch ihre nach außen geneigte Körperhaltung) einfassen und zusammenhalten. Sie eröffnen den Rahmen, in den sich die übrigen einfügen. Sie geben Stabilität und Zusammenhalt. Aber auch sie sind austauschbar.

Aber nicht nur die Anklänge an das Abendmahl arbeiten mit der christlichen Ikonografie: Auch der Einsatz des Lichtes im Bildhintergrund entspringt religiöser Bildsprache. Das von oben kommende und nach unten abstrahlende helle Licht (besonders oft bei dem Motiv *Johannes tauft Jesus* eingesetzt) steht für die göttliche Eingebung von oben – zugespitzt: der heilige Geist kommt über einen Menschen und erfüllt ihn (mit Einsicht). Die Quelle des strahlenden Lichtes liegt bei dem Bild der Beratergruppe oberhalb der Gruppe, also im Himmel. Diese ‚himmlische Erleuchtung‘ ist über die Gruppe (über das Unternehmen?) gekommen und hat den Erleuchteten mehr gegeben als sie vorher hatten. Das empfangene Wissen ist nicht von dieser Welt, es transzendiert diese Welt und das bislang erworbene Wissen.

Fasst man all diesen Beobachtungen zusammen, dann fügt es sich zu einer Sinnfigur – nämlich der *Inszenierung von Charisma*. Jedoch geht es hier nicht um die Darstellung von Einzelcharismatikern, sondern um Gruppencharisma.¹² Nicht der Einzelne ist vom Licht umgeben, auch ist nicht ein Einzelner ausgezeichnet worden: Alle kommen sie aus dem Licht.

4. Abschied von der Rationalität oder Ergänzung?

Nicht nur auf den ersten Blick verblüfft es, wenn eine Beratungsfirma, die ihr Geld damit verdienen will, dass sie andere Wirtschaftsunternehmen mit dem Ziel der Erhaltung oder Steigerung wirtschaftlicher Rationalität berät, ihre Mitarbeiter in der öffentlich zugänglichen Unternehmensvorstellung als ‚Erleuchtete‘ inszeniert. Das scheint ein Widerspruch in sich selbst zu sein, da die Logik der Erleuchtung, die Logik des Charisma auf Hingabe, Intuition und Nichtberechenbarkeit setzt, während die Logik wirtschaftlicher Rationalität der Macht, dem Kalkül und der Vorhersehbarkeit verpflichtet ist. Einer solchen Firma die Geschicke des eigenen Unternehmens anzuvertrauen (zumindest auf dem Papier), wäre dann vergleichbar mit dem Versuch, bei der Lösung eines

mathematischen Problems ein Stoßgebet gen Himmel zu schicken. Schaden kann es nicht, aber kann es auch nützen? Die Diagnose eines solchen Falles wäre knapp und bündig: ein großer Abschied von der Rationalität des Wirtschaftens oder der Sieg postmoderner Beliebigkeit auf dem Feld des Wirtschaftens: ein Abschied vom Projekt der Moderne mithin.

Insofern könnte man (wieder) einwenden, eine solche Strategie sei ein eklatanter Fehler – entweder ein handwerklicher Fehler der Agentur, die für die Konzeption der Homepage verantwortlich war, oder ein strategischer Fehler der Neuwaldegger, sich so stark ‚in der Nähe des Himmels‘ zu platzieren. Günstiger wäre es doch, so könnte man einwenden, sich zukünftigen Kunden entweder als Firma zu präsentieren, die bereits viele große Firmen *erfolgreich* (big success) beraten hat, oder aber als Unternehmen, das bei seiner Arbeit auf die Kompetenz angesehener *Wissenschaftler* (big science) zurückgreifen kann. Auf eines dieser Verfahren greifen fast alle Unternehmensberaterfirmen zurück, weil sie in besonderer Weise das Legitimitätsproblem (Wer oder was legitimiert die Unternehmensberater eigentlich?) zu lösen vorgeben.

Das erste Verfahren („Unser Erfolg spricht für sich selbst.“) versucht im Kern, das Legitimitätsproblem zu umgehen, da die eigene Kompetenz nicht über einen besonders hohen Stand wirtschaftlichen Wissens (Diplome etc.) nachgewiesen wird, sondern im Gegenteil: die Quelle des Erfolgs wird verdunkelt, was allein zählen soll, ist der Erfolg: Denn wer erfolgreich ist, hat auch Recht. Das zweite Verfahren begibt sich unter den Baldachin der Wissenschaft. Hier wird reklamiert, dass die besten lebenden Köpfe oder einige der zweitbesten oder zumindest deren Wissen, dass also das ganze System der Wissenschaft bei der Beratung zum Einsatz kam, somit mit dem Segen des Systems ausgestattet ist, das als der Hort allen irdischen Wissens gilt. Beide Verfahren legitimieren somit ‚irdisch‘ und ‚menschlich‘. Denn der Erfolg ist von dieser Welt und er ist von normalen Menschen erarbeitet: Einmal verdankt er sich einer pragmatischen und praxiserprobten Verpflichtung auf den Erfolg, im zweiten Fall der konsequenten Anwendung systematischen und explizierbaren Wissens.

Schaut man sich die gesamte Homepage der Neuwaldegger an, dann kann man, wenn man den in der Gesamthomepage angelegten Pfaden folgt, also nicht nur auf das cover schaut, leicht feststellen, dass sie (wie andere Beraterfirmen auch) ebenfalls auf diese beiden Verfahren der Eigenlegitimation zurückgreifen: Buchpublikationen sowohl der Beratergruppe als auch einzelner Mitglieder werden ausführlich dargestellt, die wissenschaftlichen Titel einiger Mitarbeiter tauchen in ihrer Individualbeschreibung ebenfalls auf. Auf frühere Beratungserfolge wird hingewiesen – quasi objektiviert durch wörtliche Zitate von (natürlich zufriedenen) Kunden. Beratungserfolge werden somit genannt, wenn auch ohne Trommelwirbel, wissenschaftliche Ausbildungen und wissenschaftliche Publikationen der Berater ebenfalls. Man ist in der Praxis erfolgreich und zugleich in der wissenschaftlichen Forschung tätig. All das steht geschrieben und findet sich im Inneren der Homepage. Es ist wichtig und deshalb erwähnenswert – aber es steht hinten im normalen Text – wie alles Selbstverständliche. Auf der Vorderseite wird aber das Nichtselbstverständliche, das Besondere gezeigt: Erleuchtung nämlich. Das hat man ‚mehr‘, das unterscheidet einen von den anderen.

Allerdings ist diese Erleuchtung ‚klein‘ gehalten, sie bleibt noch im Rahmen: Die Berater sind weder als kreative Freaks noch als vergeistigte Gurus inszeniert, sondern sie weisen alle die Zeichen und Symbole wirtschaftlichen Erfolgs auf. Sie haben nicht mit der Logik des Wirtschaftens gebrochen, sondern sich

beim erfolgreichen Wirtschaften der Logik der Erleuchtung erfolgreich bedient. Wirtschaftliche Rationalität ist also nicht verabschiedet, sondern ergänzt worden. Der Rahmen ist geblieben. Die Mittel sind erweitert worden.

Allerdings fragt sich auch, was sich Unternehmen in der Krise von einer solchen ‚erleuchteten‘ Unternehmensberatung versprechen. Haben vielleicht sie den Glauben an die Allmacht wirtschaftlicher Rationalität verloren oder wissen sie, dass in der Krise der Praxis nur das Aufbrechen bewährter Handlungslogiken und die Nutzung anderer Erkenntnisquellen Raum für neue Lösungen schaffen kann? Dann hätten die Neuwaldegger das Meiste richtig gemacht, dann müsste aber so manches Bewährte zur Theorie der Rationalität des Wirtschaftens überdacht und neu geschrieben werden.

Anmerkungen

- 1 Ausgearbeitete qualitative und sozialwissenschaftliche Methoden und Methodologien zur Bild- bzw. Filminterpretation sind unseres Wissens nur von der Rekonstruktiven Sozialforschung (Bohnsack 2001, 2003a und 2003b), der objektiven Hermeneutik (Oevermann 1979, 1983, 1996, 2000; Englisch 1991; Hauptert 1992; Loer 1992; Kemmerzell et al. 2003; Kemmerzell/Saalow 2003) und der hermeneutischen Wissenssoziologie (Soeffner 2000; Reichertz 1992, 1994a, 2000; Ivanyi/Reichertz 2002) vorgelegt worden. Allgemein zur Fotoanalyse in den Sozialwissenschaften Harper 2003. Zur Theorie der Fotografie siehe Wolf 2003 und Kemp/von Amelungen 2000. Zur Film- und Fernseh-analyse siehe Hickethier 1993 und Mikos 2003.
- 2 Bemerkenswerte Ausnahmen sind die Arbeiten von Arnd-Michael Nohl und Klaus Neumann-Braun. So macht Nohl anhand der Interpretation der Homepage einer Seniorin plausibel, dass narrative Interviews nur begrenzt dafür geeignet sind, die Nutzung von Homepages aufzuhellen. Seine eigene wissenssoziologische Analyse der Homepage mit dem Verfahren der dokumentarischen Methode der Bildinterpretation zeigt, dass damit einiges für eine qualitative Bildungsforschung zu gewinnen ist (vgl. Nohl 2002). Neumann-Braun seziert in seiner Arbeit eine sogenannte ‚Hatepage‘, die das Ziel hat, Anti-Fans der Sängerin Blümchen eine Plattform für Beleidigungen und persönliche Herabsetzungen zu gewähren, und diskutiert deren soziale Funktion (vgl. Neumann-Braun 2001).
- 3 Anregend für eine solche Auseinandersetzung sind u.a.: Bucher 1998; Bucher/Jäckel 2002; Jacobs 1998; Sandbothe 1997 und Wirth 1999.
- 4 Oft bieten Homepages auch die Möglichkeit für Quereinstiege, so dass eine beliebige Seite aus Sicht eines bestimmten Benutzers die erste Sequenzstelle sein könnte. Auf diese Besonderheit wird hier keine Rücksicht genommen.
- 5 Eine besonders scharfe, hinsichtlich ihres Geltungsanspruches allerdings völlig überzogene Formulierung dieser Unterstellung findet sich bei einem jüngeren Vertreter der objektiven Hermeneutik: „Die Verbindlichkeit der Textinterpretation gründet sich auf die Regelgeleitetheit sozialen Handelns. Der Geltungsanspruch, den die objektiv hermeneutische Bedeutungsexplikation erhebt, stützt sich auf die Inanspruchnahme geltender Regeln. Soziales Handeln konstituiert sich entlang dieser Regeln und die Interpretation der Protokolle dieses Handelns erfolgt unter Rückgriff auf unser Regelwissen“ (Wernet 2000, S. 13).
- 6 Durchaus vergleichbar mit dieser wichtigen Unterscheidung ist der Vorschlag Bohnsacks, bei der Interpretation von Bildern zu unterscheiden zwischen dem, *was* dargestellt wird, und der Art und Weise, *wie* etwas dargestellt wird (vgl. Bohnsack 2003a, S. 155-172 und 2003b). Die Ausführungen von Bohnsack sind für jede Bildinterpretation auch insofern hilfreich, als sie explizit und theoretisch unterfüttert auf die Bedeutung der Ikonographie eingehen. Die Bemerkungen von Bohnsack zum Nutzen der Ikonik scheinen uns vor allem bei der Analyse von Gemälden nützlich zu sein.

- 7 All denen, die in Wien und Essen mitdiskutierten und auf diese Weise die Interpretation anreicherten, sei an dieser Stelle gedankt. Zusätzlich geht Dank an Gerd Bender und Sylvia Wilz. Die beiden erinnerten hartnäckig daran, dass Organisationen differenzierter arbeiten, als mancher Interpret es wahrhaben will.
- 8 Diese Zeitstruktur des Bildes wird noch deutlicher sichtbar, wenn man es mit anderen, auf den ersten Blick ähnlichen Handlungen vor der Kamera vergleicht: Einerseits dem gemeinsamen Auftritt des *Theaterensembles* nach der Vorstellung. Das Theaterensemble hält sich dann (Gemeinsamkeit anzeigend) an den Händen, verbeugt sich gemeinsam und einzeln vor dem Publikum, verharret aber auf der Bühne: es bewegt sich gerade nicht nach vorne auf den Zuschauer zu, sondern bleibt in seiner Wirklichkeit. Andererseits mit dem ‚Familienfoto‘ der *Staatsoberhäupter* bei internationalen Treffen: Hier steht jeder allein, wenn auch neben den anderen, hier ruht jeder und jede mit der Macht des Amtes in sich selbst. Allerdings stehen die Wichtigen vorne und in der Mitte, die weniger Wichtigen außen und hinten. Das wenn auch nur für eine kurze Zeit zur Ruhe Gekommene wird auch bei den Gruppenfotos von Fußballmannschaften gezeigt. In einer oder in zwei Reihen stehen die, die bald zusammen gegen andere kämpfen werden. Man ist in sich gekehrt, konzentriert sich und bereitet sich auf das Kommende vor.
- 9 Personen, die in größerer Anzahl in einer Front auf einen zukommen, wirken in der Regel aggressiv und gefährlich (vgl. die ungezählten Varianten der *Glorreichen Sieben* oder die preußische Schlachtreihe). Es bedarf schon einer beachtlichen Ikonografie der Friedfertigkeit, um diesen Eindruck zu vermeiden.
- 10 Leonardo da Vinci: Abendmahl (1495 – 1498), Santa Maria delle Grazie, Mailand. Zur Nutzung dieses und anderer religiöser Motive in der Werbung siehe Reichertz 1994b.
- 11 An dieser Stelle gerät die Interpretation in eine schwierige Situation: Kennt man nämlich ein wenig die christliche Überlieferung und deren Verbildlichung durch die Malerei, dann weiß man, dass an der Tafel des Abendmahls auch Judas saß, der später die zentrale Person des Bildes verraten und damit dem Tode ausliefern wird. Das Bild Leonardos zeigt die Reaktion der Jünger, nachdem Jesus auf die Anwesenheit eines Verräters hingewiesen hatte. Hier stellt sich für die Interpreten der Homepage der Beratergruppe Neuwaldegg die Frage, ob auf dem Bild (wie oben behauptet) in der Tat ‚order at all points‘ ist. Liegt in der Nutzung des Abendmahlsmotivs ein handwerklicher Fehler vor (wie z.B. bei der Abbildung des rechten Arms der Person 7) oder ‚zeigt‘ sich auf diese Weise objektiv und latent (und gegen die Absicht des Fotografen) die Brüchigkeit der Gruppe? In diesen Zusammenhang gehört auch die Frage, weshalb man nicht die Zahl 13, die Chiffre für Unglück, die man sowohl im Alltag als auch in Hotels und Flugzeugen auf vielfältige Weise verschwinden lassen will, vermieden hat. Da man mit den Diagnosen ‚handwerklicher Fehler‘ oder ‚latente Bedeutung, die sich auch gegen die Absicht des Autors durchsetzt‘ sehr sparsam umgehen sollte (abweichend hierzu: Kemmerzell/Saalow 2003), haben wir uns entschlossen, bis auf Weiteres davon auszugehen, dass der Fotograf das Abendmahl als Topos für ‚Gemeinschaft‘ verstanden hat und auch verstanden haben wollte. Dennoch: Die Konnotation ‚Verrat‘ und ‚Unglück‘, die in unserer Kultur von dem Bild auch aufgerufen wird, hinterlässt (nicht nur) bei den Interpreten ein ungutes Gefühl.
- 12 Zum Charismabegriff siehe natürlich die klassischen Stellen in Max Webers *Wirtschaft und Gesellschaft* (Weber 1976) und Gebhardt/Zingerle/Ebertz 1993. Zur Inszenierung von Charisma siehe Soeffner/Tänzler 2002 und Raab/Tänzler 1999. Postmoderne Formen des Charismas auch in der Unternehmensberatung werden in Lenze 2002 diskutiert.

Literatur

- Berger, J. et al.: Sehen. Das Bild der Welt in der Bilderwelt. Reinbek b. Hamburg 1983
- Bohnsack, R.: „Heidi“. Eine exemplarische Bildinterpretation auf der Basis der dokumentarischen Methode. In: Bohnsack, R./Nentwig-Gesemann, I./Nohl, A.-M. (Hrsg.): Die

- dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Opladen 2001, S. 323-338
- Bohnsack, R.: Rekonstruktive Sozialforschung. Opladen 2003a
- Bohnsack, R.: Qualitative Methoden der Bildinterpretation. In: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft 6 (2003b), H. 2, S. 239-256
- Bourdieu, P. et al. (Hrsg.): Eine illegitime Kunst. Frankfurt a.M. 1983
- Brandom, R.: Begründen und Begreifen. Frankfurt a.M. 2001
- Bromley, R./Göttlich, U./Winter, C. (Hrsg.): Cultural Stuies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999
- Bucher, H.-J.: Vom Textdesign zum Hypertext. In: Holly, W./Biere, B. U. (Hrsg.): Medien im Wandel. Opladen 1998, S. 63-102
- Bucher, H.-J./Jäckel, M.: E-Business-Plattformen im Usability-Test. In: Roters, G. et al. (Hrsg.): Content im Internet. Berlin 2002, S. 67-82
- Eco, U.: Lector in fabula. München 1987
- Englisch, F.: Bildanalyse in strukturalhermeneutischer Einstellung. In: Garz, D./Kraimer, K. (Hrsg.): Qualitativ-empirische Sozialforschung. Opladen 1991, S. 133-177
- Gebhardt, W./Zingerle, A./Ebertz, M. (Hrsg.): Charisma. Theorie. Religion. Politik. Berlin 1993
- Goffman, E.: Rahmen-Analyse. Frankfurt a.M. 1977
- Goffman, E.: Geschlecht und Werbung. Frankfurt a.M. 1981
- Habermas, J.: Wahrheit und Rechtfertigung. Frankfurt a.M. 1999
- Harper, D.: Fotografien als sozialwissenschaftliche Daten. In: Flick, U./Kardorff, E. v./Steinke, I. (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek 2003, S. 402-416
- Hauptert, B.: Objektiv-hermeneutische Fotoanalyse am Beispiel von Soldatenfotos aus dem zweiten Weltkrieg. In: Garz, D./Kraimer, K. (Hrsg.): Die Welt als Text. Frankfurt a.M. 1992, S. 281-314
- Hickethier, K.: Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart 1993
- Hitzler, R./Reichertz, J./Schröer, N. (Hrsg.): Hermeneutische Wissenssoziologie. Konstanz 1999
- Iser, W.: Der implizite Leser. München 1972
- Ivanyi, N./Reichertz, J.: Liebe (wie) im Fernsehen. Eine wissenssoziologische Studie. Opladen 2002
- Jakobs, E.-M.: Mediale Wechsel und Sprache. In: Holly, W./Biere, B. U. (Hrsg.): Medien im Wandel. Opladen 1998, S. 187-210
- Kemmerzell, P. et al.: „Betrachten Sie Ihr Leben als Unternehmen in eigener Sache“. Protokoll der Analyse unter Anwendung der Methode der objektiven Hermeneutik. MS. Frankfurt a.M. 2003
- Kemmerzell, P./Saalow, U.: Versicherungswerbung: Kommunikation mit dem Kunden. In: planung & analyse (2003), H. 3, S. 14-19
- Kemp, W./Amelungen, H. v. (Hrsg.): Theorie der Photographie. 4 Bde. München 2000
- Lenze, M.: Postmodernes Charisma. Wiesbaden 2002
- Loer, T.: Werkgestalt und Erfahrungskonstitution. In: Garz, D./Kraimer K. (Hrsg.): Die Welt als Text. Frankfurt a.M. 1992, S. 341-382
- Lüders, C.: Pädagogisches Wissen im Alltag. MS. München 1992
- Mead, G. H.: Geist, Identität und Gesellschaft. Frankfurt a.M. 1973
- Mikos, L.: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz 2003
- Neumann-Braun, K.: Hass, der integriert? (Unterhaltungsorientierte) Hatepages im Internet – das Beispiel der Blümchen-Hass-Page. In: Imhof, K./Jarren, O./Blum, R. (Hrsg.): Integration und Medien. Opladen 2001, S. 306-320
- Nohl, A.-M.: Personale und soziotechnische Bildungsprozesse im Internet. In: ZBBS 3 (2002), H. 2, S. 215-240
- Opl, E.: Zur Frage der Audiovisuellen „Codeebenen“. In: Kodicas/Code, Vol. 13 (1990), No. 3/4, S. 277-306

- Oevermann, U.: Impressionistische und vor-impressionistische Malerei: Eine kunstsoziologische Betrachtung zur Einführung in die Ausstellung. In: Ausstellungskatalog zu Bildern des Impressionismus, Galerie Oevermann. Frankfurt a.M. 1979
- Oevermann, U.: Zur Einführung in die Ausstellung: Ölbilder und Gouachen von Pierre Montheillet. In: Ausstellungskatalog der Galerie Oevermann zu Ölbildern und Gouachen von Pierre Montheillet. Frankfurt a.M. 1983
- Oevermann, U.: Krise und Muse. Struktureigenschaften ästhetischer Erfahrung. MS. Frankfurt a.M. 1996
- Oevermann, U.: Die Farbe – Sinnliche Qualität, Unmittelbarkeit und Krisenkonstellation. In: Fehr, M. (Hrsg.) Die Farbe hat mich. Essen 2000, S. 426-474
- Peirce, C. S.: Phänomen und Logik der Zeichen. Herausgegeben und übersetzt von H. Pape. Frankfurt a.M. 1983
- Peirce, C. S.: Semiotische Schriften. Bd. 1. Herausgegeben und übersetzt von C. Kloesel und H. Pape. Frankfurt a.M. 1986
- Peters, J.-M.: Bild und Bedeutung. Zur Semiologie des Films. In: Brauneck, M. (Hrsg.): Film und Fernsehen. Bamberg 1980, S. 178-188
- Raab, J./Tänzler, D.: Charisma der Macht und charismatische Herrschaft. In: Honer, A./Kurt, R./Reichertz, J. (Hrsg.): Diesseitsreligion. Konstanz 1999, S. 59-78
- Reichertz, J.: Der Morgen danach. Hermeneutische Auslegung einer Werbefotographie. In: Hartmann, H./Hauß, R. (Hrsg.): Bilderflut und Sprachmagie. Opladen 1992, S. 141-164
- Reichertz, J.: Selbstgefälliges zum Anziehen. Benetton äußert sich zu Zeichen der Zeit. In: Schröer, N. (Hrsg.): Interpretative Sozialforschung. Opladen 1994a, S. 253-280
- Reichertz, J.: Religiöse (Vor-)Bilder in der Werbung. In: medien praktisch 2 (1994b), S. 18-23
- Reichertz, J.: Die Frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturosoziologische Untersuchung medialer Diesseitsreligion. Konstanz 2000
- Sandbothe, M.: Interaktivität – Hypertextualität – Transversalität. Eine medienphilosophische Analyse des Internet. In: Munker, S./Roesler, A. (Hrsg.): Mythos Internet. Frankfurt a.M. 1997, S. 56-82
- Sellars, W.: Der Empirismus und die Philosophie des Geistes. Paderborn 1999
- Soeffner, H.-G.: Auslegung des Alltags – Der Alltag der Auslegung. Frankfurt a.M. 1989
- Soeffner, H.-G.: Die Ordnung der Rituale. Frankfurt a.M. 1992
- Soeffner, H.-G.: Gesellschaft ohne Baldachin. Weilerswist 2000
- Soeffner, H.-G./Tänzler, D. (Hrsg.): Figurative Politik. Opladen 2002
- Schröer, N. (Hrsg.): Interpretative Sozialforschung. Auf dem Weg zu einer hermeneutischen Wissenssoziologie. Opladen 1994
- Strauss, A.: Grundlagen qualitativer Sozialforschung. München 1991
- Weber, M.: Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen 1976
- Wernet, A.: Einführung in die Interpretationstechnik der Objektiven Hermeneutik. Opladen 2000
- Wirth, U.: Wen kümmert's, wer spinnt? Gedanken zum Lesen und Schreiben im Internet. In: Suter, B./Böhler, M. (Hrsg.): Hyperfiction. Frankfurt a.M. 1999, S. 29-42.
- Wolf, H. (Hrsg.): Diskurs der Fotografie. Frankfurt a.M. 2003